

Swisscontact fördert die wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung, indem sie den Menschen die Möglichkeit eröffnet, ihre Lebensbedingungen aus eigener Kraft zu verbessern.

Nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum entsteht durch einen entwicklungsfähigen Privatsektor. Mit ihrer Projektarbeit fördert Swisscontact den Aufbau funktionierender marktwirtschaftlicher Strukturen, die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen und verbessert damit die Wettbewerbsfähigkeit der lokalen Unternehmen. Dadurch werden benachteiligte Bevölkerungsgruppen produktiv in den Wirtschaftskreislauf integriert und erhalten Zugang zu Beschäftigung und Einkommen.

Swisscontact konzentriert sich auf vier Kernbereiche der Privatwirtschaftsförderung:

- Berufsbildung: ermöglicht den Zugang zum Arbeitsmarkt und bildet die Voraussetzung für Beschäftigung und Einkommen.
- KMU-Förderung: fördert das lokale Unternehmertum mit dem Ziel, dessen Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.
- Finanzdienstleistungen: Zugang zu lokalen Finanzdienstleistungen wie Krediten, Spar-, Leasing- und Versicherungsprodukten.

 Ressourceneffizienz: f\u00f6rdert effiziente Ressourcennutzung durch energie- und materialeffiziente Produktionsmethoden sowie durch Massnahmen zur Luftreinhaltung und zur nachhaltigen Abfallverwertung.

Swisscontact leistet als Expertenorganisation qualitativ hochstehende Projektarbeit vor Ort. Die Wirtschaftlichkeit und Effizienz ihrer Dienstleistungen stellt sie mit einer nachvollziehbaren und transparenten Wirkungsmessung unter Beweis. Regelmässige interne und externe Überprüfungen belegen eine kontinuierliche und nachhaltige Weiterentwicklung der Expertisen, Kompetenzen und des praxisorientierten Wissens.

Swisscontact wurde 1959 als unabhängige Stiftung von Persönlichkeiten der Schweizer Wirtschaft und Wissenschaft gegründet. Sie ist ausschliesslich in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit tätig und führt seit 1961 eigene und mandatierte Projekte durch. Seit ihrer Gründung steht Swisscontact der Privatwirtschaft nahe und ist mit über 900 Mitarbeitenden in 29 Ländern aktiv. Der Stiftungssitz ist in Zürich.

#### Inhalt



- 4 Kleinunternehmen Motor der Wirtschaft
- Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU
- 8 KMU-Förderung bei Swisscontact
- 9 Der informelle Sektor
- 10 KMU-Förderung Methoden und Ansätze
- 11 Arbeitsbereiche in der KMU-Förderung
- 13 Stärkung der Frauen in der Wirtschaft
- 14 Innovation
- 15 Wettbewerbsfähige Marktsysteme
- 16 Inclusive Markets

- 18 Inclusive Markets auf Bangladeschs Schwemmlandinseln
- 20 Value Chain Development
- 22 Vom Edelkakao zur Gourmetschokolade
- 24 Lokale und regionale Wirtschaftsentwicklung
- 26 Regionale Wirtschaftsentwicklung am Golf von Fonseca
- 28 Förderung unternehmerischer Aktivitäten
- 30 Jugendliche in Ostafrika werden zu kompetenten Kleinunternehmern
- 31 Senior Expert Corps
- 32 Projekte
- 38 Gemeinsam das Richtige tun

#### Kleinunternehmen

Motor der Wirtschaft



Marktfrauen, Mali

Trotz des weltweiten Wirtschaftswachstums hat die Ungleichheit der Einkommensverteilung in den meisten Entwicklungsländern zugenommen. Fast zweieinhalb Milliarden Menschen leben heute von weniger als zwei US-Dollar am Tag. Nach Angaben der International Finance Corporation (IFC) müssen bis 2020 gegen 600 Millionen neue Arbeitsplätze geschaffen werden, um diesen Trend zu stoppen. Dies muss überwiegend im privatwirtschaftlichen Sektor geschehen, in dem rund 90% der Arbeitskräfte in den Entwicklungsländern beschäftigt sind.

Für wirtschaftliches Wachstum und damit für die Schaffung neuer Arbeitsplätze sind Kleinunternehmen von zentraler Bedeutung. Sie machen den grössten Teil des Privatsektors aus und bieten vor allem benachteiligten Bevölkerungsgruppen Arbeits- und Einkommensmöglichkeiten. Breitenwirksames Wachstum schafft wirtschaftliche Chancen für arme und marginalisierte Menschen der Gesellschaft und sorgt damit für eine effektive Armutsminderung.

Die entscheidende Rolle der Kleinunternehmen geht über die Reduzierung von Armut und die Verbesserung der Einkommenssituation benachteiligter Bevölkerungsschichten hinaus. Kleine und mittelgrosse Unternehmen (KMU) tragen zur regionalen und wirtschaftlichen Entwicklung bei. Dank ihrer Fähigkeit, sich an die Marktbedürfnisse anzupassen, leisten Kleinunternehmen einen wichtigen Beitrag zur gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Stabilität. Sie sind von enormer Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit eines jeden Wirtschaftssystems.

Swisscontact-Projekte unterstützen deshalb die unternehmerischen Aktivitäten und ermöglichen kleinen Unternehmen Zugang zu geeigneten Ressourcen, Dienstleistungen und Märkten. Basierend auf einem umfassenden Verständnis der Rahmenbedingungen, die zu Marktdefiziten führen, fördert Swisscontact Geschäftsmodelle, Kooperationen und Kompetenzen, die den armen Menschen Chancen eröffnen, am marktwirtschaftlichen Geschehen teilzunehmen.

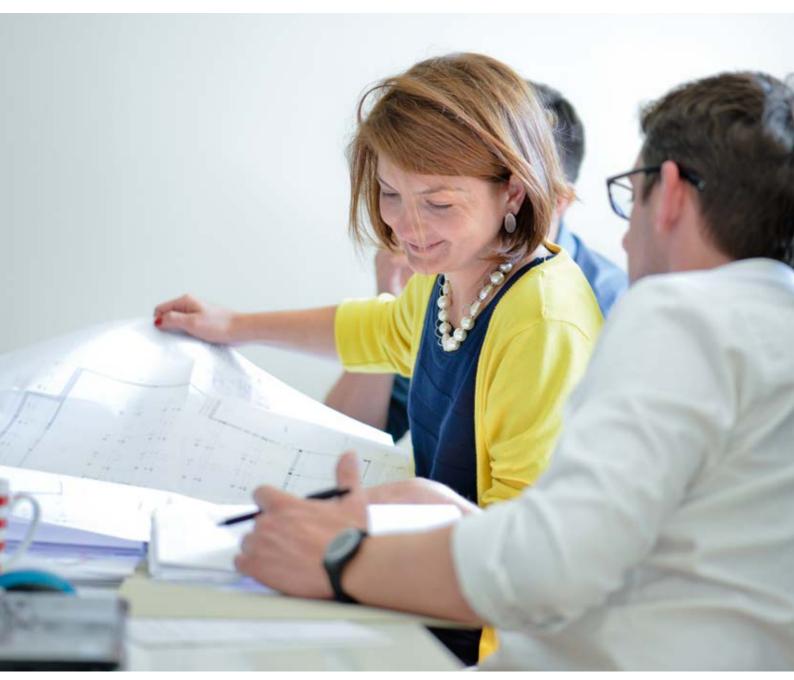
Dem Sektor der Kleinunternehmen gehört eine breite Palette von Kleinst-, Klein- und Mittelstands- unternehmen an, zu denen Kleinbäuerinnen und -bauern, Dienstleister und Produktionsbetriebe gehören. Die Arbeit von Swisscontact auf dem Gebiet der KMU-Förderung konzentriert sich darauf, den Mangel an wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten sowohl in städtischen als auch in ländlichen Regionen zu bekämpfen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt in der Vermittlung von landwirtschaftlichen und unternehmerischen Kompetenzen an Kleinbauern, damit diese ihre Position in den jeweiligen Wertschöpfungsketten stärken können.

5

KMU-Förderung

# Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU

Ein ganzheitlicher und nachhaltiger Ansatz



Business development, Mazedonien

Bereits in den 1940er-Jahren haben die Industrieländer politische Massnahmen zur Unterstützung von Kleinunternehmen ergriffen. Die KMU-Förderung wurde allerdings erst einige Jahrzehnte später zu einem erklärten Ziel der internationalen Zusammenarbeit.

Ein unternehmensfreundliches Umfeld allein reicht nicht aus, um einen dynamischen Kleinunternehmenssektor entstehen zu lassen. Obschon sich das Investitionsklima in vielen Ländern in den vergangenen Jahrzehnten nachhaltig verbesserte, traf der erhoffte «Trickle-down-Effekt», also die Verbesserung der Lebensbedingungen der untersten Bevölkerungsschichten dank stabilerer Rahmenbedingungen, nicht ein. So blieben beispielsweise die vorherrschenden, auf geringer Wertschöpfung basierenden Produktionsstrukturen grösstenteils unverändert bestehen. Es musste ein praxistauglicherer Ansatz gefunden werden.

Die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen erfordert eine differenzierte Vorgehensweise. Eine wichtige Grundlage bildet dazu die Analyse der bestehenden Betriebsstrukturen. Um erfolgreich zu sein, benötigen KMU innovative Vorleistungen, flexible und zuverlässige Lieferanten, kompetente Berater, effiziente Vertriebsnetze, kooperative Kunden und strategische Partnerschaften mit dem privaten und öffentlichen Sektor. Dazu müssen die spezifischen Netzwerke und Systeme, in denen Unternehmen tätig sind, in ihrer Gesamtheit verstanden und gestärkt werden. Unternehmen stehen zunehmend unter Druck, ihre Produkte und Dienstleistungen an die ständig wechselnden und steigenden Anforderungen anzupassen. Der Markterfolg kann heute nicht mehr durch statische komparative Vorteile wie niedrige Produktionskosten und Zugang zu billigen Rohstoffen gesichert werden. Ein wettbewerbsfähiges Unternehmen muss in der Lage sein, seine Strategien laufend an die neuen Marktgegebenheiten anzupassen. Aus diesem Grund gewinnen sogenannte Soft Skills, zum Beispiel Wissensmanagement, Innovationsfähigkeit, Technologieeinsatz, Unternehmensorganisation und Personalmanagement, an Bedeutung. Swisscontact unterstützt deshalb die Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen durch die Förderung ihrer Innovations- und Kooperationsfähigkeit.

Ein breit aufgestellter und dynamischer Kleinunternehmenssektor ist auf funktionierende Wirtschaftsstrukturen und ein unterstützendes Umfeld angewiesen, damit unternehmerische Initiativen und Innovationen gedeihen können.

KMU-Förderung

### KMU-Förderung bei Swisscontact

#### Eine Erfolgsgeschichte seit 40 Jahren

Bereits Ende der 1970er-Jahre zeigte sich, dass zahlreiche Absolventen der Swisscontact-Berufsbildungsprogramme ihre eigenen Unternehmen gründeten. Viele von ihnen beklagten jedoch den Mangel an Startkapital und spezifischen Kenntnissen auf dem Gebiet der Unternehmensführung. Es wurde zunehmend deutlich, dass eine qualifizierte Ausbildung nicht jedem Abgänger ein ausreichendes Einkommen garantierte. Diese Tatsache veranlasste Swisscontact dazu, neue Wege zu beschreiten.

1981 startete Swisscontact das erste Förderprojekt für Kleinunternehmen in Costa Rica. In der Anfangsphase wurden Kleinunternehmen zusammengebracht, um ihre Vertretung nach aussen zu organisieren, Investitionspools zu schaffen und die betriebswirtschaftlichen Kenntnisse auszubauen. Die Massnahmen zur Entwicklung von Beratungs- und Finanzdienstleistungen erwiesen sich allerdings aus wirtschaftlicher Sicht als nicht tragfähig.

Deshalb unterstützte Swisscontact in den 1990er-Jahren Berater von Kleinunternehmen, um sicherzustellen, dass die benötigten professionellen Dienstleistungen auf der lokalen Ebene verankert wurden. So entstand, angepasst an die spezifischen Bedürfnisse und Fähigkeiten von Kleinunternehmen, ein neuer Geschäftszweig: die Business Development Services (BDS).

Zu Beginn des neuen Jahrtausends war dies der erste Schritt in Richtung eines ganzheitlicheren Ansatzes in der KMU-Förderung. Der Zugang zu Ressourcen, Absatzmärkten und Informationskanälen und die Förderung der vertikalen Zusammenarbeit in den Wertschöpfungsketten stellten neue, entscheidende Faktoren für die Wettbewerbsfähigkeit dar. Denn nur eine sorgfältige Auswahl der eingesetzten Massnahmen aufgrund genauer Marktanalysen führte zur nachhaltigen und weitreichenden Einbeziehung benachteiligter Bevölkerungsgruppen. In den letzten Jahren hat Swisscontact diese Grundsätze in ihren KMU-Förderprojekten professionalisiert.

Swisscontact ist fortwährend aktiv an der Entwicklung des systemischen Marktentwicklungsansatzes (M4P - Making Markets Work for the Poor) beteiligt. Langjährige Erfahrung und Innovationen prägen diesen Ansatz, welcher auf international anerkannter Best-Practice-Prinzipien basiert.

Dieser Marktentwicklungsansatz Inclusive Markets bietet Organisationen effektive Hilfestellung in verschiedenen Bereichen der lokalen und regionalen Wirtschaftsentwicklung einschliesslich der (globalen) Weiterentwicklung von Wertschöpfungsketten.

Die Instrumente von Swisscontact für die Wirkungserfassung in den Projekten stehen in Einklang mit international anerkannten Vorgaben, insbesondere dem Standard des Donor Committee for Enterprise Development (DCED).



#### Der informelle Sektor

In Entwicklungsländern gehören zahlreiche Kleinunternehmen dem informellen Sektor an. Die meisten dieser Unternehmen sind im Handels- oder Dienstleistungssektor tätig oder produzieren einfache Güter zur Deckung von Grundbedürfnissen in den lokalen Märkten. Sie weisen besondere Merkmale auf: einen sehr niedrigen Technologieeinsatz, eine begrenzte Ausstattung mit Sach- und Humankapital, einfache Organisationsstrukturen sowie niedrige Produktivität und Wertschöpfung. Aufgrund dieser Ausgangslage ist ihr Wachstumspotenzial begrenzt. Für viele Arbeitssuchende bietet der informelle Sektor dank seiner niedrigen Zugangsschwelle die Chance, ein Einkommen zu generieren. Darüber hinaus verwenden viele dieser Unternehmen arbeitsintensive Technologien und sind in der Lage, flexibel auf Wirtschaftskrisen zu reagieren. Auf diese Weise leisten sie einen wichtigen Beitrag zum Lebensunterhalt benachteiligter Bevölkerungsschichten.

Der Grad der Informalität von Kleinunternehmen hängt häufig von ihrer Grösse ab. Viele in der Subsistenzwirtschaft tätige Selbstständige oder kleine Familienunternehmen werden von den offiziellen Behörden nicht erfasst und gehören somit zum informellen Sektor. Die Strategie von Swisscontact stärkt diejenigen Unternehmen des informellen Sektors, die ein Mindestmass an Fähigkeit zur Kompetenzentwicklung sowie die erforderliche unternehmerische Initiative bringen. Dies sind wichtige Voraussetzungen, damit Kleinunternehmen ihr volles Potenzial entfalten und sich in die formale Wirtschaft integrieren können. Diese Eingliederung wiederum eröffnet ihnen den Zugang zu Ressourcen, Finanzdienstleistungen, Know-how und Absatzmärkten.

Mit zunehmender Grösse beginnen die Unternehmen nach und nach, Gesetze in Bezug auf Umweltschutz und/oder Arbeitssicherheit einzuhalten, Sozialversicherungsbeiträge für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu entrichten und Steuern zu zahlen. Swisscontact unterstützt die Einführung von vereinfachten gesetzlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen, so dass solche Unternehmen Teil der formalen Wirtschaft werden können.



Bienenzucht, Nicaragua und Honduras

KMU-Förderung

### KMU-Förderung: Methoden und Ansätze

Zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen ist vor allem ein besseres Verständnis der Grundlagen und Herausforderungen der jeweiligen Wirtschaftssektoren, der Funktionsweise der Märkte und der Rollen der beteiligten Akteure erforderlich.

Auf der Grundlage von Analysen wendet Swisscontact spezifische Entwicklungsstrategien an mit dem Ziel, die Wirtschaftssysteme so zu verändern, dass Menschen besser in die Märkte integriert werden. Die Arbeitsansätze sind systemisch und konzentrieren sich auf spezifische Herausforderungen und Chancen. Soziale und ökologische Themen wie auch die Gleichberechtigung von Frauen werden dabei besonders berücksichtigt.

Swisscontact arbeitet mit verschiedenen methodischen Ansätzen, angepasst an die jeweiligen Projektziele und lokalen Bedingungen. Um die Wirkung und die Nachhaltigkeit der Massnahmen zu erhöhen, zielt der Marktentwicklungsansatz «Inclusive Markets» darauf ab, Marktmechanismen so zu nutzen, dass ein breitenwirksames Wachstum erreicht wird. Die Projektarbeit konzentriert sich dabei auf Sektoren und Wertschöpfungsketten mit besonders grossem Wachstumspotenzial für die benachteiligten Bevölkerungsgruppen. Aufgrund sorgfältiger Analysen sollen die relevanten Akteure Veränderungen herbeiführen, die den Marktzugang für die arme Bevölkerung verbessern. Damit werden so viele Menschen wie möglich in die produktiven Wirtschaftskreisläufe integriert.

Swisscontact war massgeblich an der Entwicklung des integrativen Marktansatzes beteiligt, der international als M4P (Making Markets Work for the Poor) bekannt wurde.

Der Ansatz Value Chain Development (Entwicklung von Wertschöpfungsketten) konzentriert sich ausschliesslich auf bestimmte Sektoren oder Subsektoren mit besonderem Wachstumspotenzial. Der Ansatz analysiert die verschiedenen Schritte, die ein Rohstoff von der Gewinnung und Verarbeitung über die Herstellung von Zwischen- und Fertigprodukten bis hin zur Lieferung an die Endverbraucher durchläuft. Die zentralen Herausforderungen, welche die Kleinunternehmen und Bauern an einer erfolgreicheren Teilnahme in solchen Wertschöpfungsketten behindern, werden identifiziert und über spezifische Massnahmen beseitigt.

In anderen Fällen kann die isolierte geografische Lage der Hauptgrund einer Intervention sein. Projekte zur **lokalen und regionalen Wirtschaftsentwicklung** (Local and Regional Economic Development LRED) setzen beim spezifischen Entwicklungspotenzial eines bestimmten Standortes an. In Zusammenarbeit mit den wichtigsten öffentlichen und privaten Interessengruppen in der gewählten Region werden so wirtschaftliche Sektoren mit besonderem Wachstumspotenzial bestimmt und über Kooperationsmechanismen deren Entwicklung gefördert.

Bei Entrepreneurship-Projekten werden Kleinunternehmen in der Aufbauphase durch strukturelle Massnahmen wie Kompetenzentwicklung, Zugang zu Beratungs- und Finanzdienstleistungen sowie persönliche Coachings unterstützt. Diese Ansätze werden in bestimmten Fällen durch gezielte Unterstützung für ausgewählte Kleinunternehmen ergänzt. Diese Unterstützung leistet das Senior Expert Corps (SEC) von Swisscontact.

## Arbeitsbereiche in der KMU-Förderung Die Kombination verschiedener Instrumente



Swisscontact stellt für jeden dieser Ansätze Prozesse und Instrumente bereit, damit Analysen, Gestaltungs- und Überwachungskonzepte für die Projektarbeit erarbeitet werden können. In der Praxis werden die verschiedenen Ansätze häufig kombiniert. Ein Marktentwicklungsprojekt kann sich zum Beispiel auf eine spezifische geografische Region konzentrieren, in der ein lokaler oder regionaler Ansatz zur Wirtschaftsentwicklung erforderlich ist und gleichzeitig Wertschöpfungsketten-Analysen benötigt werden. Oft überschneiden sich die eingesetzten Strategien mit denen anderer Kernbereiche von Swisscontact wie Berufsbildung, Finanzdienstleistungen und Ressourceneffizienz.

Die Förderung der Marktentwicklung dient dazu, die Chancen der benachteiligten Bevölkerungsgruppen zu verbessern, unabhängig davon, ob sie Produzenten, Arbeitnehmer oder Konsumenten sind. Auf diese Weise schaffen «Inclusive Markets» Arbeitsplätze und sorgen für ein Angebot an erschwinglichen Waren und Dienstleistungen, zu denen die ärmere Bevölkerungsschicht Zugang hat.

# Aktivitäten und Instrumente in der KMU-Förderung

Je nach Kontext kombiniert Swisscontact Aktivitäten und Instrumente verschiedener Bereiche miteinander, um die Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen zu stärken. Die Vorgehensweise wird immer so gewählt, dass die Anzahl der Begünstigten auf nachhaltige Weise gesteigert wird.

Bereiche	Aktivitäten
Förderung der unter- nehmerischen Initiative und Stärkung von Kernkompetenzen	<ul> <li>Förderung der unternehmerischen Kultur</li> <li>Identifizierung potenziell attraktiver Geschäftszweige</li> <li>Vermittlung unternehmerischer Kompetenz</li> <li>Förderung des Zugangs zu Beteiligungskapital und Finanzdienstleistungen</li> <li>Unterstützung des Strebens nach Unabhängigkeit</li> <li>Förderung von Unternehmensnetzwerken und Coachingprogrammen</li> <li>Vermittlung von Kenntnissen in Betriebswirtschaft und Unternehmensführung</li> <li>Schulung und Beratung in technischen Bereichen</li> <li>Wissens- und Technologietransfer</li> <li>Förderung von Innovation</li> <li>Individuelle Beratung durch erfahrene Experten (SEC)</li> </ul>
Schaffung von und Zugang zu adäquaten Ressourcen und Dienstleistungsmärkten	<ul> <li>Zugang zu geeigneten Dienstleistungen auf den Gebieten Information, Wissen und Geschäftsentwicklung</li> <li>Zugang zu geeigneten Finanzdienstleistungen</li> <li>Zugang zu den erforderlichen Marktinformationen</li> <li>Förderung von Organisationen, welche Marktinteraktion und -koordination sowie den Abschluss und die Umsetzung von Verträgen ermöglichen</li> <li>Verbesserung des Zugangs zu neuen Schlüsseltechnologien wie Information und Kommunikation (ICT)</li> </ul>
Entwicklung von Unternehmensnetz- werken und Clustern	<ul> <li>Stärkung von Unternehmensorganisationen und -kooperativen</li> <li>Förderung horizontaler Verbindungen zwischen Unternehmen</li> <li>Förderung der Zusammenarbeit auf regionaler und lokaler Ebene</li> <li>Förderung der Clusterbildung und Vernetzung zur Schaffung und Weitergabe von Best-Practice-Beispielen</li> <li>Schaffung von Innovationsplattformen zur Verbesserung der Marktverbindungen und des Technologietransfers</li> </ul>
Förderung des Marktzugangs und der verbesserten Positio- nierung in den Märkten	<ul> <li>Entwicklung verbesserter oder neuer Produkte und Dienstleistungen</li> <li>Einführung von Qualitätssicherungs- und Rückverfolgungssystemen</li> <li>Weiterentwicklung der Produkte zur Erreichung internationaler Standards und Einführung von Zertifizierungssystemen</li> <li>Verbesserte Positionierung in Lieferketten und spezifische Exportförderungsmassnahmen</li> <li>Verbesserung von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit</li> </ul>
Unternehmensfreundli- chere Gestaltung der Rahmenbedingungen	<ul> <li>Entwicklung von Empfehlungen für die Überarbeitung der regulatorischen Rahmenbedingungen mithilfe von Methoden wie der Analyse regulatorischer Auswirkungen (Regulatory Impact Assessment – RIA)</li> <li>Vorschläge zur Reduzierung von bürokratischen Hindernissen für Kleinunternehmen</li> <li>Empfehlungen für die Einführung und Verbesserung sektorbezogener Werbemassnahmen</li> <li>Stärkung regionaler oder nationaler Innovationssysteme</li> <li>Einrichtung von Plattformen für den Dialog im öffentlichen/privaten Sektor</li> </ul>

# Stärkung der Frauen in der Wirtschaft

Die Stärkung der Rolle der Frauen im Wirtschaftsleben ist ein direkter Weg zu mehr Geschlechtergerechtigkeit, zum Abbau von Armut und zu breitenwirksamem Wirtschaftswachstum.

Es ist besorgniserregend und zugleich eine Tatsache, dass Frauen in vielen Gesellschaften sozial, politisch und wirtschaftlich schlechter gestellt sind als Männer. Dies ist nicht nur ungerecht, sondern wirkt sich auch negativ auf die Gesellschaft und die Wirtschaft aus. Studien zeigen, dass ein Zusammenhang zwischen dem eigenverantwortlichen Agieren von

Bananenproduktion, Peru

Frauen in der Gesellschaft und der Entwicklung dieser Gesellschaft besteht. Frauen gehen tendenziell sorgfältiger mit Ressourcen um, weil sie die Hauptverantwortung für das Wohlergehen ihrer Familien tragen. Entsprechend tragen die Unterstützung von Geschlechtergleichheit und die Stärkung von Frauen erheblich zur Reduzierung der Armut, zum Wirtschaftswachstum und zu sozialer Weiterentwicklung bei.

Swisscontact unterstützt Frauen dabei, ihr Schicksal selbst in die Hand zu nehmen und eigenständige Entscheidungen zu treffen. Sie werden ermutigt, für ihre Interessen einzutreten und sich aktiver an politischen, wirtschaftlichen und sozialen Prozessen zu beteiligen. Dabei geht es nicht nur um die Frauen selbst, sondern auch um die Sensibilisierung der Gesellschaft, da Ausgrenzung häufig tief in den gesellschaftlichen Traditionen verankert ist. Bei diesem Vorhaben steht die Entfaltung und Stärkung des Potenzials der einzelnen Person und die Förderung ihrer Entscheidungsfähigkeit im Mittelpunkt. Der Zugang von Frauen zu wirtschaftlichen Rechten und Ressourcen, in Kombination mit angemessener Ausbildung und sozialen Leistungen, spielt bei der Reduktion von Armut eine zentrale Rolle.

Deshalb zielen die Strategien, Projekte und Interventionen von Swisscontact darauf ab, Frauen im Wirtschaftsleben zu stärken und durch die Vereinbarung von geschlechterspezifischen und kommerziellen Interessen Veränderungen zu ermöglichen. Geschlechterbezogene Themen werden während der gesamten Dauer der Projekte einbezogen. Sie führen für unternehmerisch tätige Frauen zu höherem Einkommen, besserem Zugang zu Informationen sowie hochwertigen Ressourcen. Mikrofinanzierungsprojekte haben gezeigt, dass Frauen sich nicht nur in verschiedenen Sektoren ausgezeichnet als Inhaberinnen von Kleinunternehmen bewähren, sondern auch zuverlässige Bankkundinnen sind.

13

#### Innovation

## Voraussetzung für Veränderung und Wirtschaftsentwicklung

Wissen und Innovation sind entscheidende Voraussetzungen für die Wirtschaftsentwicklung und wichtige Motoren für sektorielle, regionale und nationale Strukturveränderungen. Die Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen hängt heute zunehmend von deren Fähigkeit ab, ihr Angebot von demjenigen der Konkurrenz abzugrenzen, neue Technologien einzuführen und ihre Produkte, Organisationsstrukturen und Produktionsprozesse an die sich verändernde Umgebung anzupassen. Innovationen in grossen Unternehmen oder öffentlichen Versorgungsbetrieben können zudem starke Impulse für die integrative Entwicklung geben, indem sie neue Geschäftsmöglichkeiten für Kleinunternehmen, Kleinbäuerinnen und -bauern schaffen.

Eine Innovation ist eine Erfindung, die sich erfolgreich im Markt etabliert. Innovationen kleiner Unternehmen basieren selten auf der Schaffung radikal neuer Produkte. Meistens geht es dabei um kleinere Anpassungen und Dienstleistungen, die auf spezifische Kundenbedürfnisse zugeschnitten sind, oder um die Nutzung neuer Technologien z.B. im Onlinebereich. Innovationen sind auch ein wichtiger Bestandteil der landwirtschaftlichen Weiterentwicklung. Mit ihrer Hilfe können Landwirte ihre Produktivität und die Qualität der Produkte steigern, internationale Standards erfüllen, die Effektivität ihrer Kooperationsmechanismen stärken und sich Zugang zu neuen Kunden und Märkten verschaffen.

Swisscontact identifiziert und testet deshalb gemeinsam mit strategischen Partnern aus dem privaten und öffentlichen Sektor Geschäftsideen, die das Potenzial haben, sich am Markt durchzusetzen und dabei neue Chancen für Kleinunternehmen eröffnen.

Schnell wechselnde wirtschaftliche Bedingungen wirken stimulierend auf die Wettbewerbsfähigkeit und eröffnen Chancen für breitenwirksames Wachstum und nachhaltigen Geschäftserfolg. Die

notwendigen Innovationen erfordern visionäre Unternehmer, kompetente Mitarbeitende und flexible Produktionsstrukturen. Die Weiterentwicklung von Personal, Organisationen und Kompetenzen ist ebenso wichtig wie technologischer Fortschritt. Ihr Zusammenspiel gewährleistet, dass Arbeit und Lernen zu einem Prozess verschmelzen und so die Beschäftigungsfähigkeit und die Schaffung von Arbeitsplätzen gefördert wird. Zunehmendes Gewicht wird auf die Schaffung und Förderung von Innovationsnetzwerken zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen gelegt. Die Zusammenarbeit in Netzwerken - oft in Verbindung mit geografischer Nähe - ist entscheidend für den Aufbau neuen Wissens. Sie gibt Unternehmen die Möglichkeit, durch kreatives Lernen Innovationen zu schaffen.

Swisscontact fördert technologische Veränderungen und unterstützt das dynamische Zusammenspiel aller Akteure, die am Innovationsprozess beteiligt sind. Dies ermöglicht interaktive und kollektive Lernprozesse als Quelle neuer Ideen, effektiver Zusammenarbeit, effizienter Abläufe, innovativer Produkte und breitenwirksamer wirtschaftlicher Wachstumsprozesse.

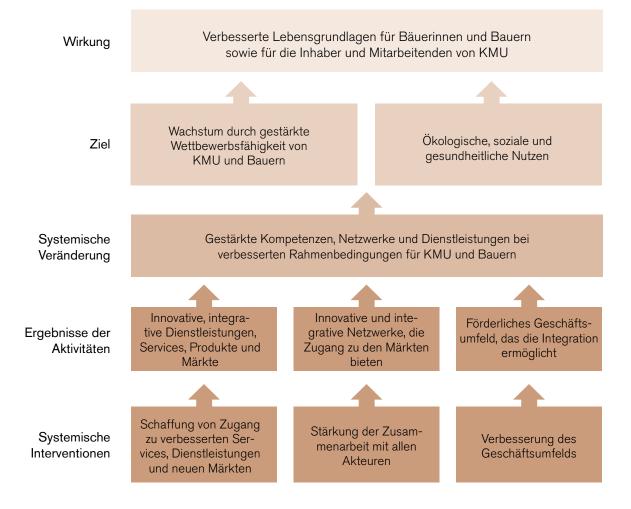


Webbasierte Online-Lösung im Bereich Public Relations, Kosovo

### Wettbewerbsfähige Marktsysteme

#### Für eine verbesserte Lebensgrundlage

Der Zugang zu verbesserten Dienstleistungen, Ressourcen und Märkten, die effektive Zusammenarbeit mit Interessengruppen sowie ein förderliches Geschäftsumfeld tragen zu einer gestärkten Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen und Kleinbauern und -bäuerinnen bei. Wenn diese Faktoren so gestaltet sind, dass sie ein breitenwirksames Wachstum ermöglichen, kann die Lebensgrundlage einer grossen Zahl von armen Menschen nachhaltig verbessert werden.



KMU-Förderung 15

#### Inclusive Markets

#### Marktzugang für alle

Der von Swisscontact mitgeprägte Inclusive Markets-Ansatz beeinflusst Marktsysteme dahingehend, dass benachteiligte Bevölkerungsgruppen Zugang zu verbesserten Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsmöglichkeiten und Arbeitsplätzen erhalten.

Der Ansatz untersucht die Grenzen und Chancen bestehender Marktsysteme. Der Ausgangspunkt der Interventionen sind detaillierte Analysen der Marktteilnehmer und deren Rollen, der vorherrschenden formellen und informellen Regeln des Systems sowie der Beziehungen all dieser Faktoren untereinander. Diese Analysen zeigen auf, wie der Markt für die armen Bevölkerungsschichten funktioniert und welche Interventionen notwendig sind, um den Menschen neue Chancen zu eröffnen. Massnahmen werden sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite der ausgewählten Sektoren ergriffen. Die Verbesserungen der Funktionsweise der Marktsysteme lassen die Menschen am marktwirtschaftlichen Geschehen teilhaben und verbessern letztendlich ihre Lebensgrundlagen.

Um nicht selber zum Marktteilnehmer zu werden, übernimmt Swisscontact in solchen Projekten lediglich eine Vermittlerrolle. Die vorgeschlagenen Anpassungen werden derart gestaltet, dass alle beteiligten Akteure einen Vorteil daraus ziehen können. Die Interventionen werden deshalb immer sorgfältig auf die lokalen Bedingungen abgestimmt.

Bei diesem Ansatz steht das detaillierte Verständnis des gesamten Systems anstelle einzelner Akteure im Mittelpunkt. Dadurch werden neue Marktteilnehmer einbezogen und die dadurch betroffenen Systeme nachhaltig und tiefgreifend verändert. Diese systemische Betrachtungsweise ist nicht nur auf gewerbliche Märkte beschränkt. Sie kann auch auf andere Systeme angewendet werden, die traditionell nur im öffentlichen Sektor anzutreffen sind (zum Beispiel Bildungs- und Gesundheitssysteme).

Bei ihrem Ansatz zur Marktentwicklung analysiert Swisscontact, warum die Marktteilnehmer keine Geschäftspraktiken anwenden, die zum einen Rentabilität und breitenwirksames Wachstum gewährleisten und zum anderen auch Vorteile für die Armen wie höheres Einkommen, Beschäftigung oder bessere Verbraucherstandards bringen. Swisscontact entwickelt und vertieft die Kenntnisse und Erfahrungen in der Förderung von Inclusive Markets laufend weiter.



Mikrobewässerung, Mozambik

#### Projektbeispiel

#### Inclusive Markets auf Bangladeschs Schwemmlandinseln

Bangladesch ist ein dicht besiedeltes Land mit über 160 Millionen Einwohnern, von denen rund 30% unter der Armutsgrenze leben. Als Gebiete mit besonders hoher Armutsrate gelten die sogenannten Chars, Schwemmlandinseln, die durch Erosion und die Verlandung von Flussläufen entstanden sind. Auf den Chars leben etwa zwei Millionen Menschen, denen aufgrund der abgeschiedenen und gefährdeten Lage jeglicher Zugang zu wirtschaftlichen Entwicklungsmöglichkeiten fehlt.

Die Chars bieten Möglichkeiten für verschiedene Wirtschaftszweige, zum Beispiel für die Viehzucht. Weideland ist vorhanden und die isolierte Lage verhindert die Übertragung von Krankheiten. Das fruchtbare Schwemmland ist ebenfalls für den Anbau verschiedener Kulturpflanzen geeignet. Ein solcher Anbau ist eine potenzielle Einkommensquelle für die Haushalte und schafft zudem eine Nachfrage nach Arbeitskräften im Landwirtschaftssektor.

Durch das Swisscontact-Projekt sollen die privaten und öffentlichen Marktakteure dieses Potenzial erkennen und Geschäftsmodelle entwickeln und anwenden, die das Wirtschaftswachstum auf den Chars vorantreiben.

Auf der Grundlage von Felduntersuchungen wurden einzelne Sektoren ausgewählt (darunter Chili, Mais und Jute), analysiert und entsprechende Unterstützungsmassnahmen entwickelt. Das Projekt ging Partnerschaften mit Lieferanten von Produktionsmitteln, lokalen Händlern und Verarbeitungsbetrieben sowie mit staatlichen Behörden ein. Dies mit dem Ziel, die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Inputs zu gewährleisten, Verbindungen zu den Märkten herzustellen und geeignete landwirtschaftliche Praktiken zu fördern. Das Projekt unterstützt zudem die Gründung von Bauernorganisationen. Diese Plattformen schaffen verbesserte Transaktionen und Geschäftsbeziehungen mit anderen Marktteilnehmern.



Kleinbauern in den Chars, Bangladesh



Der nächste Schritt ist die Verbesserung der Finanzund der Transportdienstleistungen, um die wirtschaftlichen Aktivitäten weiter auszubauen. Die grösste Herausforderung besteht darin, die Einstellung und das Denken und Handeln der privaten und öffentlichen Akteure zu verändern. Denn nur so entwickeln sich nachhaltige Geschäftsmodelle mit den richtigen Anreizen für die armen Haushalte auf den Chars.

Der Zugang zu besseren Produkten und Dienstleistungen kam bisher über 40 000 Haushalten auf den Chars zugute. Die Produktivität und Qualität der erzeugten Produkte sind gestiegen. Die Bäuerinnen und Bauern profitieren zudem vom gemeinsamen Einkauf und Verkauf ihrer Produkte, der die Kosten der Transaktionen mit anderen Marktteilnehmern senkt.

Einerseits zeigen die Akteure im privaten und im öffentlichen Sektor zunehmendes Interesse an der Intensivierung ihrer Geschäftstätigkeit auf den Chars. Andererseits erkennen die Produzenten auf den Chars ihr Potenzial, wodurch ihre Motivation steigt, ihre Arbeitsweise zu verbessern, um die Marktbedürfnisse zu erfüllen.

Projekt: Making Markets Work for the Jamuna,

Padma und Teesta Chars (M4C)

Finanzierung: DEZA
Budget: 8 Millionen CHF
Zeitlicher Rahmen: 2011–2016
Wichtigste Partner: Lieferanten von

Produktionsmitteln, lokale Händler, staatliche

Behörden, Bauernorganisationen

Begünstigte: 60 000 Haushalte auf den Chars

KMU-Förderung

19



## Value Chain Development

Die Entwicklung von Wertschöpfungsketten versetzt Kleinbauernbetriebe und Kleinunternehmen in die Lage, Markt- und Geschäftschancen zu nutzen, um ihr Einkommen zu steigern und Arbeitsplätze zu schaffen.

In den Entwicklungsländern sehen sich viele Bauernbetriebe und Kleinunternehmen, die sich auf die lokalen Märkte konzentrieren, zunehmendem Wettbewerb ausgesetzt. Immer häufiger werden ihre Produkte durch billigere Importe verdrängt. Oft basiert ihr Geschäftsmodell auf der Erzeugung oder Verarbeitung von Rohstoffen oder auf der Herstellung von Zwischenprodukten. Solche Güter können einen Beitrag zu den lokalen oder globalen Wertschöpfungsketten leisten. Sobald ein Produzent sich in einer solchen Wertschöpfungskette positioniert, unterliegt er jedoch auch höheren Anforderungen in Bezug auf Produktspezifikationen, Qualität, Volumen und Lieferzeiten. Andererseits bietet sich dadurch die Chance, sich auf Nischenmärkte zu konzentrieren und lokale Wettbewerbsvorteile zu nutzen.

Die Swisscontact-Projekte unterstützen Kleinunternehmen und insbesondere Bauernorganisationen, sich als Lieferanten in den nationalen und globalen Lieferketten zu etablieren. Dabei werden diejenigen Wertschöpfungsketten ausgewählt, welche das grösste Potenzial für armen Menschen bieten. In Zusammenarbeit mit ausgewählten Partnern werden nachhaltige Mechanismen entwickelt, welche den Zielgruppen die Ausweitung ihrer Geschäftstätigkeit und eine Steigerung der Einkommen ermöglichen. Typische Massnahmen sind Schulungen der Arbeitskräfte, technische Beratung zur Verbesserung der Produktionsmethoden (häufig in Zusammenhang mit internationalen Standards und Zertifizierungen) oder die Stärkung der Unternehmensführung, des Qualitätsmanagements und der Kundenbeziehungen.

Ziel von Swisscontact ist es, die Zielgruppen so vorzubereiten, dass sie spezifische Anforderungen erfüllen und damit in der Lage sind, mit der Dynamik internationalisierter Märkte umzugehen. Eine der wichtigsten Aufgaben besteht darin, die Steigerung der lokalen Wertschöpfung und eine verbesserte Positionierung von Kleinunternehmen in ihren Wertschöpfungsketten zu erreichen. Viele Wertschöpfungsketten werden von grossen, multinationalen Unternehmen beherrscht, welche Markttrends analysieren und ihre Anforderungen anpassen. Diese Unternehmen diktieren ihren meist fragmentierten Lieferanten ihre Erwartungen an die Produktion und die dafür geltenden Kaufbedingungen. Solche Strukturen sind nicht nur in kapital- oder technologieintensiven Industriezweigen zu finden, sondern auch in den Wertschöpfungsketten landwirtschaftlicher Produkte, Textilien und elektronischer Geräte, in denen Handelsmarken und die Beherrschung der Vertriebskanäle die entscheidende Rolle spielen.

Der beste Weg, um die Position der Kleinunternehmen und -bauern in den Wertschöpfungsketten zu stärken, ist die Differenzierung der Produkte und Dienstleistungen sowie die Verbesserung der Qualität. Solche Alleinstellungsmerkmale erhöhen die Wettbewerbsfähigkeit der Produzenten und schaffen Raum für die Aushandlung besserer Bedingungen. Dies bringt auch die Chance mit sich, internationale Kunden direkt zu beliefern. Zwischenhändler zu umgehen und so die Margen für die Bauernorganisationen und die Produzenten zu steigern. Grössere Verhandlungsstärke kann auch durch horizontale Zusammenarbeit zwischen Kleinunternehmen erreicht werden, die es ihnen ermöglicht, grössere Mengen anzubieten oder die Lieferzeiten zu verkürzen.

#### Nachhaltige Landwirtschaft und Ernährungssicherheit:

Die Einbindung von Kleinbäuerinnen und -bauern in die Wertschöpfungsketten ist ein zentrales Anliegen von Swisscontact. Das Hauptziel von Projekten im Landwirtschaftssektor besteht darin, den Marktzugang zu verbessern und die allgemeine Wettbewerbsfähigkeit ländlicher Regionen zu stärken. Für viele Bauern ist der Anbau sogenannter Cash Crops (für den Markt erzeugte landwirtschaftliche Produkte, die nicht dem eigenen Konsum dienen, wie z.B. Kakao, Kaffee, Bananen oder Baumwolle) sowohl eine Chance als auch eine grosse Herausforderung.

Monokulturen sind anfällig für Krankheiten und ökologisch nicht nachhaltig. Zudem ist die Produktion von Commodities – standartisierte Produkte, deren Herkunft unbedeutend ist – aufgrund der starken internationalen Preisschwankungen mit einem erheblichen Risiko behaftet. Swisscontact fördert deshalb im Rahmen ihrer Value-Chain-Projekte die differenzierte Produktion in integrierten landwirtschaftlichen Konstellationen und unterstützt die Bäuerinnen und Bauern beim Anbau von Nahrungspflanzen für ihren eigenen Bedarf, damit sie ihre Ernährungssicherheit verbessern können.



Schulung von Kleinbauern in Indonesien

#### Projektbeispiel

#### Vom Edelkakao zur Gourmetschokolade

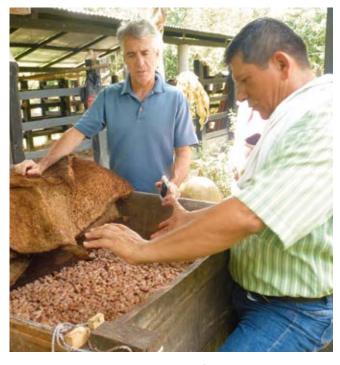
Weite Teile Kolumbiens leiden unter hoher Armut. Das Land hat eine der schlechtesten Einkommensverteilungen weltweit und viele ländliche Regionen sind stark unterentwickelt. Andererseits verfügt Kolumbien über hervorragende agrarökologische Bedingungen und ausgezeichnetes Genmaterial für die Produktion von hochwertigem Edelkakao (Fine Flavour Cocoa - FFC). Dennoch haben die meisten der 30 000 Kakaoproduzenten im Land seit jeher ein Produkt von geringer Qualität zu beklagenswert niedrigen Preisen an die lokalen Händler verkauft. Zudem wirkten sich die geringen Erträge nachteilig auf die wirtschaftliche Attraktivität des Kakaogeschäfts aus, sodass viele Landwirte Kakao durch Palmöl-Monokulturen oder sogar durch illegale Pflanzungen ersetzt haben. Den kolumbianischen Kakaobauernbetrieben ist es nicht gelungen, die Chancen eines wachsenden Marktes zu nutzen.

Swisscontact hat vor einigen Jahren das grosse Potenzial für den Export von Edelkakao aus Kolumbien erkannt. Um sich Zugang zu diesem attraktiven Markt zu verschaffen, müssen die Bäuerinnen und Bauern ihre landwirtschaftlichen Anbaumethoden verbessern, Nachernteverfahren optimieren, internationale Standards erfüllen und Nischenmärkte erschliessen. Über das Projekt COEXCA schafft Swisscontact Zugang zu den notwendigen Ressourcen. In «Farmer Field Schools» (Bauernschulen) werden die Landwirte in guten Anbaumethoden geschult, individualisierte technische Beratungsmodelle eingeführt und optimale Vergärungs- und Trocknungsverfahren entwickelt, die in zentralisierten Ankaufstellen zum Einsatz kommen. Fördermassnahmen klären die Landwirte über die Anforderungen der internationalen Schokoladenindustrie und die damit verbundenen Chancen auf.

Projekt: Colombia Exporta Cacao Fino y de Aroma (COEXCA) Finanzierung: SECO Budget: 2,7 Millionen CHF Zeitlicher Rahmen: 2012–2015 Wichtigste Partner: Schweizer Schokoladenhersteller, Proexport, Bauernorganisationen

Direkt Begünstigte: 3 000 Kakao

produzierende Familien



Kakaofermentierung, Kolumbien



Trocknung von Kakaobohnen, Kolumbien

Zusammen mit der Regierung wurde Kolumbien als Herkunftsland von qualitativ hochwertigem Edelkakao positioniert.

Eine der grundlegenden Herausforderungen des Projekts besteht darin, eine unternehmerische Denkweise bei den Bäuerinnen und Bauern zu fördern. Eventuelle Mehrkosten müssen von ihnen als Investitionen verstanden werden, welche sich mittel- oder langfristig auszahlen. Dabei spielen die Bauernvereinigungen eine zentrale Rolle, da sie ihren Mitgliedern Ressourcen und dringend benötigte Dienstleistungen zu angemessenen Bedingungen und auf nachhaltiger Basis zur Verfügung stellen. Diese Organisationen übernehmen ausserdem eine entscheidende Funktion als Vermittler in der Wertschöpfungskette. Dies erfordert eine exakte Geschäftsplanung und entsprechende Fähigkeiten. Deshalb leistet das Projekt umfangreiche Unterstützung, um die soziale und unternehmerische Basis dieser Organisationen zu stärken.

Die Interventionen von Swisscontact haben Veränderungen in der Funktionsweise der Wertschöpfungskette herbeigeführt, von denen die Bauernbetriebe in hohem Masse profitieren. In nur zwei Jahren haben die Fördermassnahmen und die von Bauernorganisationen bereitgestellten Schulungen und technischen Beratungen die Produktionsmethoden verbessert und zu Ertragssteigerungen von über 50% geführt. Durch das Qualitätsmanagement ist der Wert des produzierten Kakaos deutlich gestiegen. Heute beziehen die Bauernorganisationen den Kakao selber von ihren Mitgliedern, sortieren und verarbeiten ihn zu hochwertigen Produkten und verkaufen diese zu attrakvien Preisen an die Schokoladeindustrie. Durch die Einführung von Rückverfolgungs- und Zertifizierungssystemen wird die Herkunft des Kakaos als preisrelevantes Argument verwendet. Alle Organisationen haben begonnen, direkt mit Endabnehmern zu verhandeln. Einige davon exportieren an die Hersteller von Gourmetschokolade.



## Lokale und regionale Wirtschaftsentwicklung

Lokale und regionale Wirtschaftsentwicklung verfolgt die Aufwertung gemeinschaftlicher Ziele. Die Projekte fördern die Entwicklung und Nutzung von Standortvorteilen. In Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten Akteuren werden Ressourcen generiert, welche die lokale Wertschöpfung stärken und damit neue Verdienstmöglichkeiten in der regionalen Gemeinschaft ermöglichen.

Swisscontact unterstützt die Identifizierung von wirtschaftlichen Potenzialen und geografischen Vorteilen in landwirtschaftlichen oder industriell geprägten Regionen mit Strukturproblemen. Durch die Schaffung günstiger Rahmenbedingungen und die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Kleinunternehmen und -bauern trägt Swisscontact zum Ausbau der lokalen Beschäftigungsmöglichkeiten bei und stärkt dabei die regionale Wertschöpfung.

Strukturschwache regionale Wirtschaftssysteme sind häufig fragmentiert und die wirtschaftlichen Möglichkeiten werden nicht in vollem Umfang genutzt – ganz einfach weil sie nicht erkannt werden.

Swisscontact erachtet die Reduzierung von Armut als den Hauptzweck der lokalen und regionalen Wirtschaftsentwicklung. Dies wird durch die Stärkung der öffentlich-privaten Zusammenarbeit aller Akteure erreicht, die sich auf Wettbewerbsvorteile und die Verbesserung des regionalen Geschäftsumfelds konzentriert und damit letztendlich dazu beiträgt, dass mehr Unternehmen erfolgreich sind. Durch die verstärkte Interaktion zwischen den

lokalen Unternehmen in der Region entstehen neue Geschäftschancen und die Gemeinschaft entwickelt ein gesundes Selbstwertgefühl.

Ein entscheidender Faktor bei der Auswahl einer Region ist ihre Fähigkeit, einen Wettbewerbsvorteil zu entwickeln. Swisscontact legt Wert darauf, ein Wirtschaftssystem ganzheitlich zu betrachten und die wechselseitigen Beziehungen zwischen Organisationen, Politik und Unternehmen zu verstehen. Dieser ganzheitliche Ansatz berücksichtigt die Faktoren, die Einfluss auf unternehmerische Aktivitäten, Zusammenarbeit, Innovation und Wettbewerb haben. Projekte zur regionalen Wirtschaftsentwicklung bringen deshalb alle relevanten öffentlichen und privaten Interessengruppen zusammen, damit sie gemeinsam eine erfolgreiche Entwicklungsstrategie entwerfen und umsetzen.



Golf von Fonseca, Honduras

#### Projektbeispiel

## Regionale Wirtschaftsentwicklung am Golf von Fonseca

«SurCompite» ist ein regionales Entwicklungsprojekt am Golf von Fonseca in Honduras, Mittelamerika. Grosse Teile der Bevölkerung sind aufgrund von Armut, strukturellen Defiziten im Bildungssystem, unzureichender Sozialpolitik und fehlenden formellen Beschäftigungsangeboten von der honduranischen Marktwirtschaft ausgeschlossen.

Regierungsdaten zufolge leben zwei Drittel der Haushalte unter der Armutsgrenze und rund 50% fallen unter die von der Weltbank formulierte Definition von extremer Armut. Die schwerwiegendste Form sozialer Ausgrenzung erlebt die Landbevölkerung, die zu etwa 70% als Selbstversorger lebt. Fehlender Zugang zu Landbesitz und grundlegender Versorgung, niedrige landwirtschaftliche Produktivität und ungünstige Rahmenbedingungen sind die wichtigsten Gründe für die Armut.

Das Projekt «SurCompite» trägt dazu bei, die wirtschaftliche Ungleichheit durch einen auf Integration bedachten regionalen Entwicklungsansatz zu reduzieren und so die Beschäftigungsquote um 15% sowie das Nettoeinkommen der Zielgruppen um 20% zu steigern. Das Projekt wird in der erwarteten Laufzeit von dreieinhalb Jahren rund 13 000 Kleinbauern und ihre Familien (etwa 65 000 Personen) in verschiedenen Sektoren direkt begünstigen.

Ausgangspunkt ist die Stärkung der Kompetenzen von lokalen öffentlichen und privaten Institutionen, mit dem Ziel, eine gemeinsame Entwicklungsvision zu entwerfen und umzusetzen. Zu den wichtigsten Herausforderungen gehören die Schaffung eines unternehmensfreundlichen Geschäftsklimas und die Definition spezifischer Entwicklungsprojekte, welche von den Gemeinden in Zusammenarbeit mit dem Privatsektor getragen werden. Im Vordergrund

stehen dabei fünf Sektoren und Wertschöpfungsketten mit grossem Entwicklungspotenzial: Tourismus, Anbau von Mais und roten Bohnen, Cashewnüsse, Garnelen und Melonen.

Das Projekt zielt darauf ab, Kleinunternehmen bei der Entwicklung wettbewerbsfähiger Produkte für anspruchsvollere Märkte zu unterstützen, indem ihre Beziehungen zu Exporteuren und Reiseveranstaltern gestärkt werden. Kleinunternehmen erhalten durch die Zusammenarbeit mit Banken und Kreditinstituten Zugang zu angepassten Finanzdienstleistungen.

Ein weiteres Ziel ist der Aufbau eines regionalen Informationszentrums für soziale, wirtschaftliche und ökologische Anliegen, das in Zusammenarbeit mit Universitäten und Ministerien eingerichtet wird. Das Projekt ist ausserdem bestrebt, die nationale Politik dahingehend zu beeinflussen, dass die öffentlichen Institutionen bei der Zuteilung von Mitteln und der Erbringung von Dienstleistungen effizienter arbeiten. Dazu gehören beispielsweise Vorschriften und Kontrollen für Lebensmittelsicherheit, die Erteilung von Gewerbescheinen und der Ausbau der Infrastruktur.

Projekt: SurCompite

Finanzierung: IADB/MIF (26%), SDC (41%), AusAID (12%), lokaler Beitrag (21%)

Budget: 6,6 Millionen US-Dollar Zeitlicher Rahmen: 2014–2018 Wichtigste Partner: Cooperativa

Chorotega

Direkt Begünstigte: 13 000 Kleinbauern

und ihre Familien



Cashew-Bauer, Honduras



## Förderung unternehmerischer Aktivitäten

Unternehmerische Aktivitäten sind die Basis für privatwirtschaftliche Entwicklung. Innovative Menschen, die Geschäftschancen ergreifen, um Gewinn zu erzielen, sind unentbehrlich für ein breitenwirksames Wirtschaftswachstum.

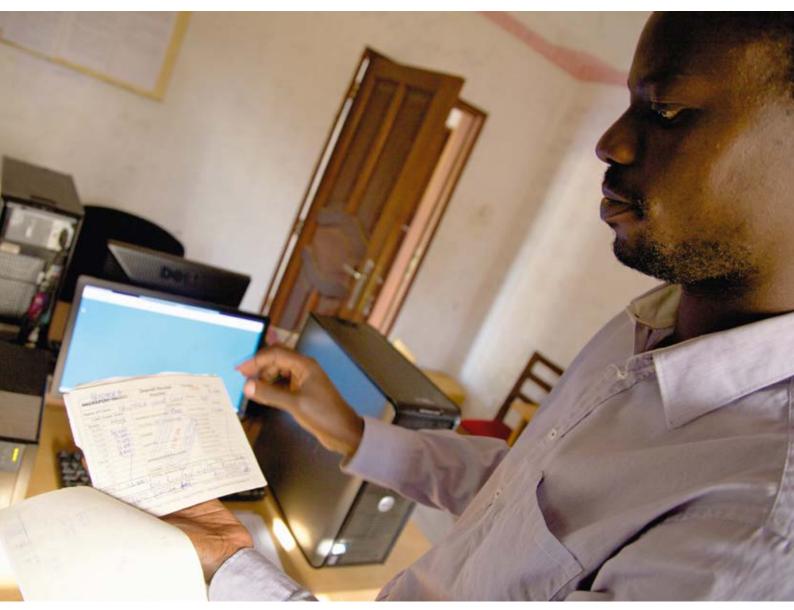
Die unternehmerische Aktivität ist der zentrale Motor des Wirtschaftswachstums. In Entwicklungsländern, wo es nicht ausreichend Arbeitsplätze gibt, ist selbstständige Arbeit für viele Menschen ausserdem der einzige Weg, um ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

Das Erkennen von Chancen, das Eingehen von Risiken und der beharrliche Einsatz, um einer Idee oder Erfindung im Markt zum Durchbruch zu verhelfen, sind wesentliche Elemente eines unternehmerischen Geistes. Unternehmer müssen auf dem Weg zu einem erfolgreichen und nachhaltigen Unternehmen mehrere kritische Phasen überstehen: die Erarbeitung und Finanzierung eines realistischen Geschäftsplans, das Stadium der Unternehmensgründung und die erste Wachstumsphase, in der sich das Unternehmen dem Wettbewerb stellen und zunehmend komplexere Managementprobleme lösen muss.

Um profitable Unternehmen, die über einen Ein-Personen-Betrieb hinausgehen, zu gründen und weiterzuentwickeln, brauchen Unternehmer günstige Rahmenbedingungen. Dazu gehört der Zugang zu finanziellen Mitteln und nichtfinanziellen Ressourcen

wie Informationen, Know-how, geeigneten Mitarbeitern und adäquaten Produktionsmitteln. Neben der Förderung einer unternehmerischen Kultur und unternehmensfreundlicher Rahmenbedingungen ermöglicht Swisscontact den Zugang zu Finanzdienstleistungen.

Wichtige Anlaufstellen für Unternehmer sind Gründerzentren, Wissenschaftsparks, Risikokapitalfonds und Investoren. Von besonderer Bedeutung ist die Stärkung der unternehmerischen Kompetenzen. Swisscontact vermittelt jungen Menschen, die nach dem Abschluss der fachlichen Berufsausbildung und nach Weiterbildungsprogrammen wirtschaftliche Unabhängigkeit anstreben, grundlegende betriebswirtschaftliche Fähigkeiten. Diese Unterstützung kann auch selbstständigen Einzelpersonen oder Familien zukommen. Das ist besonders wichtig für Bäuerinnen und Bauern, die Subsistenzwirtschaft betreiben, da sie - neben fachlicher Schulung und dem Zugang zu Finanzdienstleistungen - eine unternehmerische Denkweise entwickeln müssen, damit sie ihre Tätigkeit auf ein nachhaltiges Niveau ausweiten können.



Unternehmer, Uganda

#### Projektbeispiel

#### Jugendliche in Ostafrika werden zu kompetenten Kleinunternehmern

Ein Drittel der Einwohner Ugandas und Tansanias leben unterhalb der Armutsgrenze. Rund 60% der gesamten arbeitsfähigen Bevölkerung in beiden Ländern sind junge Menschen. Vielen fehlen beschäftigungsrelevante Fähigkeiten, was zur hohen Arbeitslosenquote in der Region beiträgt. Die Bildungssysteme in den beiden Ländern fangen die grosse Zahl von vorzeitigen Schulabbrechern nicht auf. Dadurch besteht ein ausgeprägtes Missverhältnis zwischen dem Bildungsstand und den Fähigkeiten, die auf dem Arbeitsmarkt benötigt werden. Der privatwirtschaftliche Sektor, in dem über 70% der Arbeitskräfte beschäftigt sind, ist in beiden Ländern das wichtigste Wirtschaftssegment.

Als Reaktion auf die Jugendarbeitslosigkeit in den Ländern hat Swisscontact eine Massnahme initiiert, die auf die Entwicklung von Kompetenzen und die Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen abzielt. Der «U-Learn»-Ansatz (lernen, verdienen, sparen) fördert die Kompetenzbildung bei Jugendlichen im tansanischen und ugandischen Markt durch die Vermittlung effektiver und dringend benötigter fachlicher und unternehmerischer Fähigkeiten. Darüber hinaus wird durch Kapazitätsentwicklung bei bestehenden Unternehmen und kommunalen Akteuren die Weiterbildung gefördert.

Das Lerngruppenmodell von Swisscontact integriert die fachliche Ausbildung und die Vermittlung von unternehmerischen und lebenspraktischen Fähigkeiten mit dem Zugang zu Finanzdienstleistungen über informelle Spar- und Kreditgruppen. Das Projekt vermittelt lokalen Unternehmern und Fachleuten die Fähigkeiten, die sie benötigen, um Schulungen durchzuführen, die Rolle eines Mentors zu übernehmen und den Massstab der Interventionen auszuweiten. Durch die Projektmassnahmen verändert sich das Leben der Jugendlichen, einschliesslich junger Mütter. Sie werden zu aktiven Wirtschaftsteilnehmern, indem sie in ihren Gemeinden neue

Unternehmen gründen. Ihren Geschwister und Familien ermöglichen sie dadurch den Zugang zu Bildung, Gesundheit und anderen Ressourcen. Seit dem Projektstart im Jahr 2011 sind 85% der ausgebildeten Jugendlichen heute wirtschaftlich aktiv, 65% als Selbstständige.

Projekt: Learn, Earn and Save (U-Learn) Finanzierung: The MasterCard Foundation Budget: 5,6 Millionen US-Dollar Zeitlicher Rahmen: 2011-2016 Wichtigste Partner: University of Minnesota, lokale Regierungen, lokaler Unternehmerverband

Direkt Begünstigte: 3600 benachteiligte Jugendliche im Alter zwischen 16 und 25 Jahren



Coiffeurmeisterin, Uganda

### Senior Expert Corps

#### Weitergabe von wertvollem Wissen im Ehrenamt

Unzählige Kleinunternehmen in Entwicklungsländern sind auf nachhaltige Unternehmensentwicklung und Unterstützung angewiesen. Damit sie sich an wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungen anpassen und diese als Entwicklungsmöglichkeiten nutzen können, werden schnelle Lösungen gebraucht. Leider ist diese Art von Unterstützung für Kleinunternehmen zu teuer. An dieser Stelle tritt das Senior Expert Corps von Swisscontact auf den Plan.

Das 1980 gegründete SEC ist ein Pool von hoch qualifizierten und motivierten ehrenamtlichen Experten, die fachliches und organisatorisches Knowhow vermitteln, um die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und Arbeitsplätze zu schaffen. Seit der Entstehung des SEC ist die Nachfrage nach seinen Diensten rapide gestiegen. Bis heute hat das SEC über 2500 Einsätze in 65 Ländern absolviert. Die Experten leisten bei jedem Einsatz schnelle,

praktische Unterstützung in Form von wertvollen Fähigkeiten, Wissensvermittlung und Beratung.

Die Einsätze im Senior Expert Corps dauern in der Regel bis zu sechs Wochen und sind auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten. Das Ziel ist die Erreichung von Wirtschaftswachstum auf direkte und unbürokratische Weise. Ob in der Produktion, der Entwicklung, der Unternehmensführung oder im Management – die Experten, die dem Projekt zugeteilt werden, können ihre Unterstützungs- und Beratungsleistungen genau dort anbieten, wo sie gebraucht werden. Sie sind immer bestrebt, möglichst praktische Lösungen zu finden und umzusetzen. Durch die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern bei der Verbesserung der fachlichen und organisatorischen Fähigkeiten wird am Ende nachhaltiger Erfolg erzielt.



Senior Experte in Benin

## Projekte

Swisscontact wendet bei der Projektumsetzung spezifische Ansätze an, je nachdem, ob es um Fördermassnahmen in nicht landwirtschaftlichen ruralen Sektoren oder um landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten geht, ob die spezifische Förderung von Krisen- und Konfliktgebieten bzw. die Überwindung von Konflikten und Katastrophen im Vordergrund steht oder ob es sich um spezifisch städtische Herausforderungen handelt.

Nicht landwirtschaftliche rurale Sektoren	Interventionsgebiete
Bolivien  Poverty reduction through SME-Promotion 2014 – 2017	Förderung von praxisorientierten Ausbildungs- und Beratungsangeboten in Dienstleistungszentren, die Kurse, Workshops und Beratungen vor allem zu juristischen und betriebswirtschaftlichen Themen anbieten; Foren (Messen etc.), die helfen, den Kontakt zu anderen wirtschaftlichen Akteuren zu fördern, und Firmen, die Erzeugnisse von Kleinunternehmen vermarkten, werden gezielt unterstützt.
Bolivien Proseder 2010 – 2013	Förderung des Zugangs zu nachhaltigen finanziellen und nichtfinanziiellen Dienstleistungen für kleine ländliche Produzenten (einschliesslich verbes serter nachhaltiger Informationssysteme).
Burkina Faso  Communal Development Support Project 2008 – 2016	Unterstützung der Mechanismen, mit denen die Gemeinden die lokale Wirtschaftsentwicklung fördern; Schaffung von günstigen Rahmenbedingungen für die Entstehung von Arbeitsplätzen für Jugendliche und Frauen ohne fachliche und unternehmerische Kenntnisse; Vermittlung des Zugangs zu finanziellen Mitteln für die Aufnahme einer unternehmerischen Tätigkeit; Ausgerichtet auf die Unterstützung der Gemeinden bei der Erarbeitung und Umsetzung von Strategien zur lokalen Wirtschaftsentwicklung.
Indonesien  Regional Tourism Development beyond Bali 2009 – 2017	Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung mittels nachhaltigem Tourismus; Schaffung von Arbeitsplätzen und Einkommen zur Verbesserung der Lebensgrundlagen der lokalen Bevölkerung; Stärkung der Konkurrenzfähigkeit der Tourismusdestinationen durch Unterstützung der Entwicklung sowie externes Destinationsmarketing.
Indonesien Introducing Market Development 2012 – 2014	Schaffung der Grundlagen für integrative Märkte in Indonesien und Bereitstellung einer soliden Basis, damit solche Projekte jederzeit miteinander verknüpft oder in verschiedene übergeordnete Projekte integriert werden können.
Indonesien Technical Assistance to Regional Economic Development 2011 – 2015	Verbesserung der Rahmenbedingungen, der Sektorprogramme sowie der Planungs- und Durchführungsprozesse für die regionale wirtschaftliche Entwicklung. Das Projekt arbeitet auf nationaler Ebene sowie in Pilotprojekten in drei geografischen Regionen.

Nicht landwirtschaftliche rurale Sektoren	Interventionsgebiete
Laos Promotion of Local Unique Specialties for Tourism Sector 2010 – 2012 Champasak Tourism Business Promotion 2013 – 2016	Förderung lokaler Produkte für den Tourismussektor durch Marktentwicklung; Einführung einer Destinationsmanagementstrategie für Champasak; Förderung der Kompetenzbildung in Bezug auf Marktentwicklung und Wertschöpfungsketten bei lokalen Behörden.
Peru  Destinos de Peru Nachhaltiger Tourismus als Einnahmequelle 2005 – 2014  Stimulating Sustainable Tourism 2005 – 2009  GESTUR – Ancash (Förderung von nachhaltigem Tourismus und der Schaffung von Arbeitsplätzen entlang der Touristenroute in der Region Ancash) 2005 – 2014  Tourism corredor Nazca-Cusco 2009 – 2013  Gestur Puno, erste nachhaltige Destination im Süden Perus 2007 – 2010	Schaffung von Beschäftigung und Einkommensmöglichkeiten für lokale Kleinunternehmen und Stärkung der Regionen als nationale Tourismusdestinationen; Förderung qualitativ hochwertiger, verbesserter Dienstleistungsangebote für Touristen; Positionierung der Region als Tourismusdestination und Förderung besserer Bedingungen für den Tourismus und privater Investitionen.  Förderung der Institutionalisierung der Destination Management Organisations (DMO) als Tourismus-Agenturen, die die Beziehungen zwischen öffentlichen und privaten Institutionen verbessern; Erarbeitung und Umsetzung einer marktorientierten Entwicklungsstrategie mit einzigartigen neuen Produkten, Attraktionen, Einrichtungen oder Aktivitäten in diesen Destinationen; Konsolidierung und Koordination von Massnahmen mit anderen bestehenden Projekten und NROs, um neue Synergien zu erzielen.
Tunesien  Destination Management Organisation 2014 – 2016	Förderung von nachhaltigem Tourismus in einer peripheren, strukturschwachen Region; Schaffung neuer oder alternativer Einkommensmöglichkeiten sowie die Möglichkeit der Weiterqualifizierung für die lokalen Jugendlichen.
Uganda, Tansania <b>U-Learn</b> 2013 – 2016	Das übergeordnete Ziel des Projektes ist es, die benachteiligten Jugendlichen in Tansania und Uganda zu befähigen, für sich selbst sowie für ihre Familien nachhaltig eine stabile Lebensgrundlage aufzubauen. Dieses Modell vereint die fachliche Ausbildung und die Vermittlung von unternehmerischen und lebenspraktischen Fähigkeiten und den Zugang zu Finanzdienstleistungen über informelle Spar- und Kreditgruppen.

Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten	Interventionsgebiete
Bangladesch  DBSM, ATC-P Katalyst  2008 – 2016	Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von 2,3 Millionen Bauern und Kleinunternehmern in ruralen und urbanen Schlüsselsektoren, um deren Einkommen zu steigern; Identifizierung und Analyse der Sektoren durch verschiedene Tools wie Value-Chain-Analyse, Sektorbeurteilungen und die Ermöglichung von Umweltstudien.
Bangladesch Making Markets Work for the Jamuna, Padma und Teesta Chars (M4C) 2011 – 2016	Bereitstellung von Marktsystemen; Bildung von Erzeugergruppen; Gewährleistung einer Plattform für Bäuerinnen und Bauern, damit diese Geschäftsbeziehungen zu Akteuren des privatwirtschaftlichen Sektors aufbauen können. Frauen in der Char-Region können ihr Wissen über Produktionsmethoden und Marktverbindungen erweitern und dadurch ihre wirtschaftliche Position in der Produktion von Mais, Chili und kunsthandwerklichen Gegenständen erweitern.
Ecuador/Peru  SME Promotion in rural areas 2013 – 2016	Das Projekt soll die niedrige Produktivität von kleinen Kaffee-, Kakao- und Bananener- zeugern steigern. Der Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung landwirtschaftlicher Sub- sektoren mit hoher Nachfrage, der Schaffung eines Marktzugangs für Kleinbauern und -bäuerinnen und der Verbesserung von Produktion und Qualität, damit die Bauern ihre Erträge steigern und höhere Preise erzielen können.
Honduras/Nicaragua Promote inclusive economic growth PYMERURAL 2008 – 2014	Einkommenserhöhung und Generierung von Arbeitsplätzen in ruralen Gebieten; Verbesserung der Nachhaltigkeit von KMU in agro-industriellen Wertschöpfungsketten; Unterstützung öffentlicher und privater Institutionen auf nationaler und lokaler Ebene, damit sie durch Weiterentwicklung der lokalen Wirtschaft und der Wertschöpfungskette die Wettbewerbsfähigkeit der Kleinunternehmen steigern können.
Indonesien Sustainable Cocoa Production Program 2012 – 2015	Förderung der Entwicklung der indonesischen Wertschöpfungskette für Kakao; Schwerpunkt auf der Verbesserung des Qualitäts-, Produktions- und Nacherntemanagements; Intensivierung und Instandsetzung der Kakaofarmen von Kleinbauern, Ernährungssicherheit, Zugang zu Finanzmitteln.
Indonesien Income Generation through Sustainable Agriculture 2009 – 2011	Herbeiführung von Fortschritten bei der Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit des Kakaosektors bei gleichzeitiger Förderung von landwirtschaftlicher Diversifizierung, besonders durch Gemüseanbau.
Indonesien PEKA 2010 – 2012	Technische Unterstützung bei der Analyse von Wertschöpfungsketten und der Entwicklung strategischer Interventionen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Kakaosektor durch Erkennung der entscheidenden Hindernisse und Chancen. Im Fokus des Projekts im Subsektor Kakao steht die Verbesserung des Qualitäts-, Produktions- und Nacherntemanagements, die Intensivierung und die Instandsetzung der Kakaofarmen von Kleinbauern in der Provinz Aceh.

Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten	Interventionsgebiete
Indonesien <b>LED-NTT</b> 2004 – 2008	Anwendung eines integrierten Ansatzes zur Entwicklung der lokalen Wirtschaft, Konzentration auf die Entwicklung von Wirtschaftssektoren wie Cashewnüssen und Kakao; wertschöpfende Massnahmen wie Produktivitätssteigerung, Bio-Zertifizierung und lokale Verarbeitung; Schaffung einer günstigen Umgebung für die Entwicklung des privatwirtschaftlichen Sektors; Verbesserung des Zugangs von Bauern und Kleinunternehmen zu Informationen und zu Finanzdienstleistungen, vor allem durch Mikrofinanzierungsinstitute.
Indonesien PROMARK 2013 – 2016	Verbesserung des Zugangs zu und der zuverlässigen Bereitstellung von Produktionsmitteln und Dienstleistungen, die geeignet sind, das Einkommen armer Bäuerinnen und Bauern mittels eines marktorientierten Ansatzes zu steigern, der auf der Zusammenarbeit mit Marktteilnehmern innerhalb und ausserhalb der landwirtschaftlichen Betriebe basiert (sowohl im öffentlichen als auch im privaten Sektor).
Mosambik Income creation through Micro- irrigation 2013 - 2017	Unterstützung von Akteuren in der Wertschöpfungskette für Gemüse bei der Nutzung der bestehenden und weiter wachsenden Nachfrage. Dadurch rationellere Nutzung von Ressourcen (Wasser und Boden), Märkten und Infrastruktur zur Steigerung des Einkommens von kleinen Gemüseproduzenten.
Peru Strengthening fruit farmers in Peru 2012 – 2014	Steigerung der Produktivität, der betriebswirtschaftlichen Kompetenz und der Geschäftstätigkeit von Obstbauern in acht Gemeinden im Becken des Huaura-Flusses; Erhöhung der Produktivität und des Einkommens.
Peru Norte Emprendedor 2009 – 2012	Steigerung des Einkommens von Kleinbauern im nördlichen Hochland von Peru durch die verbesserte Produktion von überwiegend biologisch angebauten Bananen, biologisch angebautem Kakao und zwei Sorten von Chilischoten; Förderung eines effektiven Zugangs der Erzeuger zu Marktchancen, die es ihnen ermöglichen, ihre Stärken und relativen Vorteile einzusetzen.
Tansania Rural Livelihood Development Programme 2012 – 2015	Verbesserung der Lebensgrundlagen der Bauern im Zentralkorridor Tansanias durch Verbindung der armen Erzeuger und der Verarbeiter mit den Märkten.
Uganda Improving Cocoa and Honey Value Chains 2013 – 2016	Verbesserung der wirtschaftlichen Leistung der Erzeugerhaushalte im Marktsystem für Kakao und Honig; Unterstützung, Verbesserung, Innovation und Replikation von Geschäfts- und Dienstleistungsmodellen; Verbesserung des politischen und regulatorischen Umfelds des Marktsystems für Kakao und Honig.

 ${\it SME Promotion} \qquad \qquad 35$ 

Krisen- und Konfliktgebiete	Interventionsgebiete
Kolumbien Promoting exports of specialty cocoa from Colombia (COEXCA) 2012 – 2015	Vermittlung des Zugangs zu geeigneten Ressourcen und GAP-Schulungen durch Feldschulen für Landwirte; Einführung von Unterstützungsmodellen, die auf individuellen Verbesserungsplänen entsprechend den Merkmalen der einzelnen landwirtschaftlichen Betriebe basieren; Einführung geeigneter Fermentations- und Trocknungsverfahren in zentralisierten Ankaufstellen.
Honduras SurCompite 2014 – 2018	Reduzierung wirtschaftlicher Ungleichheiten durch einen integrativeren Entwicklungs- ansatz, der zu einer höheren Beschäftigungsquote und zur Steigerung des Nettoein- kommens führt.
Honduras  Better living standards through local economic development 2012 – 2015	Befähigung von Kleinst-, Klein- und Mittelstandsunternehmen zur aktiven Mitwirkung in verschiedenen Wirtschaftssektoren, wobei sie die Fähigkeit erlangen, sich selbst zu tragen und in wettbewerbsfähiger Position am Markt teilzunehmen.

Entwicklung nach Konflikten und Katastrophen	Interventionsgebiete
Kosovo Promoting Private Sector Employment 2013 – 2017	Übergeordnetes Ziel: Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Privatsektor und Förderung von Beschäftigungsmöglichkeiten. Spezieller Schwerpunkt: Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus, im Nahrungsmittel- und im Gesundheitssektor (Förderung von Entwicklung, Diversität und Qualität); Förderung der wirtschaftlichen Eigenständigkeit von Frauen.
Myanmar <b>Making Vegetable Markets Work</b> 2014 – 2016	Verbesserung und Öffnung des Gemüsemarkts in zwei geopolitischen Kontexten und Bereitstellung von Möglichkeiten zum Lernen und zur Entwicklung von politischen Empfehlungen; Schaffung von marktbasierten Lösungen zur Überwindung von Markthindernissen in Schlüsselbereichen für kleine Gemüsebauern: Zugang zu hochwertigen Ressourcen und Know-how, Verfügbarkeit angemessener Finanzdienstleistungen, Zugang zu verlässlichen Marktinformationen und Käufern.
Indonesien Business Recovery in Aceh and North Sumatra 2005 – 2011	Bereitstellung von finanziellen und nichtfinanziellen Dienstleistungen für kleinste, kleine und mittelgrosse Unternehmen in den vom Tsunami betroffenen Regionen in Aceh und Nordsumatra. Das Projekt richtete sieben Informationszentren für wirtschaftliche Wiederbelebung (Business Recovery Information Centres) für Unternehmer ein, die ihre vom Tsunami und Konflikten betroffenen Unternehmen wieder aufbauen oder neue Firmen gründen wollten. Dabei lagen die Schwerpunkte auf Kompetenzentwicklung, Start-up-Training, Recherchen, Marktverbindungen und Finanzdienstleistungen.
Nepal Samarth - Nepal Market Development Project 2012 - 2017	Zusammenarbeit mit einem breiten Spektrum von öffentlichen und privaten Interessen- gruppen in fünf zentralen landwirtschaftlichen Sektoren: Gemüse, Ingwer, Milchprodukte, Schweinefleisch und Fisch; zwei Querschnittssektoren: Medien und Mechanisierung; Tourismus, der sich über 25 nepalesische Bezirke erstreckt; Unterstützung bei der Entwicklung von Geschäftsmodellen für neue landwirtschaftliche Aktivitäten von privaten Unternehmen und Kleinbauern.

Urbane Sektoren	Interventionsgebiete
Indonesien Technical Assistance to Regional Economic Development 2011 – 2015	Verbesserung der Rahmenbedingungen, der Sektorprogramme sowie der Planungs- und Durchführungsprozesse für die regionale wirtschaftliche Entwicklung auf nationaler Ebene.
Indonesien ACCESS 2005 – 2012	Erkennung von sektoralen/marktbezogenen Hindernissen und Chancen, Marktsystemen, Akteuren der Wertschöpfungskette, sektoralen Trends und Entwicklung von Projektinterventionen wie dem Zugang zu geschäftsbezogenen Dienstleistungen, Märkten und Finanzmitteln.
Mazedonien Increasing Market Employability 2013 – 2018	Erzielung von nachhaltigem Wirtschaftswachstum und Schaffung von Arbeitsplätzen durch Interventionen im Tourismus und im Gastgewerbe, in der ökologischen Wirtschaft und in kreativen Wirtschaftszweigen; Unterstützung der Marktbefähigung von Frauen, den extrem Armen und anderen ausgegrenzten Gruppen; verstärkte Anwendung des systemischen Ansatzes in neuen Sektoren und Konstellationen; Aufbau lokaler Kapazitäten; Unterstützung der Weitergabe von Wissen unter den Beteiligten.
Südafrika Youth Entrepreneurship 2012 – 2014	Bereitstellung von wirtschaftlichem und finanziellem Wissen aus verschiedenen Bereichen für arbeitslose Jugendliche, zum Beispiel Lebensorientierung, Finanzkenntnisse, unternehmerische Kenntnisse und Unternehmensführung.
Südafrika <b>Alfred Nzo</b> 2006 – 2010	Förderung von Interessenvertretung und Kompetenzbildung in der Kommunikation auf Gemeindeebene; Kompetenzentwicklung in Gemeinderatsausschüssen und bei Ratsmitgliedern, damit diese effektiv mit den Bürgern interagieren; Verbesserung der Kommunikation zwischen der lokalen Verwaltung und den Bürgern mittels unkonventioneller Kanäle wie zum Beispiel durch lokale Theatergruppen.
Südafrika LED 2007 – 2010	Recherchen und Beiträge zum politischen Dialog; Weiterentwicklung und Anpassung von Tools für die regionale Wirtschaftsentwicklung (RED); Schulung lokaler Berater; Unterstützung der Gemeinden bei der Fortsetzung ihrer RED-Projekte.



Für Unternehmen, die sich in Entwicklungsländern nachhaltig engagieren und unternehmerische Verantwortung übernehmen wollen, ist Swisscontact die ideale Partnerin. Swisscontact versteht die Interessen der Wirtschaft und verknüpft sie mit den Entwicklungszielen der internationalen Zusammenarbeit und ihren Erfahrungen und Beziehungen in den Zielländern.

Synergien zwischen der Wirtschaft und der internationalen Zusammenarbeit lassen verschiedene Kooperationsmöglichkeiten zu. Gemeinsame Projekte, die unternehmerischen und entwicklungspolitischen-Zielen dienen und allen Beteiligten einen Nutzen bringen, insbesondere auch verbesserte Lebensbedingungen für die Menschen vor Ort, stehen im-Fokus des privatwirtschaftlichen Partnerengagements: zum Beispiel in der beruflichen Ausbildung, in der Ressourceneffizienz, der Stärkung von lokalen KMU oder im Finanzdienstleistungsbereich.

Engagieren Sie sich mit uns in Entwicklungs- und Schwellenländern – gemeinsam können wir nachhaltigen Fortschritt für die Menschen vor Ort erreichen und gleichzeitig neue Chancen für Ihr Unternehmen generieren.



Neue Anbaumethoden, Nepal

Unternehmen können verantwortlich wirtschaften und investieren, indem Produktion und Wertschöpfungsketten nachhaltig, fair und in Übereinstimmung mit Standards und internationalen Rahmenbedingungen entwickelt und umgesetzt werden. Strategische Partnerschaften zwischen der Wirtschaft und der internationalen Zusammenarbeit stärken die Privatwirtschaft, sowohl in den derzeitigen Partnerländern von Swisscontact als auch in der Schweiz:

Unternehmen profitieren von Investitionen, die sie langfristig in den Aufbau neuer Märkte anlegen. Für Unternehmen bieten sich Chancen, in die wirtschaftliche Entwicklung des Südens zu investieren und so breitenwirksames Wachstum über ihre primären Geschäftsziele hinaus zu fördern.

#### Wir schaffen Möglichkeiten

#### **Swisscontact**

Swiss Foundation for Technical Cooperation

Hardturmstrasse 123 CH-8005 Zürich Tel. +41 44 454 17 17

www.swisscontact.org

Umschlag: Metallwerkstatt, Laos Fotos: Swisscontact-Mitarbeitende Layout: One Identity, Südafrika

Swiss NPO-Code: Swisscontact richtet ihre Organisation und ihre Geschäftsführung nach den von den Präsidentinnen und Präsidenten der grossen Hilfswerke herausgegebenen Corporate-Governance-Richtlinien für Non-Profit-Organisationen in der Schweiz aus (Swiss NPO-Code). Eine im Auftrag dieser Organisation durchgeführte Prüfung hat ergeben, dass die Grundsätze der Swiss NPO-Codes eingehalten sind

**ZEWO-Gütesiegel:** Swisscontact ist ausgezeichnet mit dem Gütesiegel von ZEWO. Es wird gemeinnützigen Organisationen für den gewissenhaften Umgang mit den ihnen anvertrauten Geldern verliehen, bescheinigt den zweckbestimmten, wirtschaftlichen und wirkungsvollen Einsatz von Spenden und steht für transparente und vertrauenswürdige Organisationen mit funktionierenden Kontroll-strukturen, die Ethik in der Mittelbeschaffung und der Kommunikation wahren. Swisscontact wird regelmässig auf die Einhaltung der Kriterien geprüft. (Quelle: ZEWO)



